



## ALEMANHA

**DENSIDADE POPULACIONAL 82 MILHÕES DE HABITANTES**

- Berlim 3,4 Milhões
- Hamburgo 1,7 Milhões
- Munique 1,4 Milhões
- Colónia 1 Milhão

## MERCADO DE BEBIDAS ALCOÓLICAS NA ALEMANHA

### PRINCIPAIS TENDÊNCIAS

**FOCO DOS CONSUMIDORES NA SAÚDE TEM UM IMPACTO NEGATIVO NO MERCADO DAS BEBIDAS ALCOÓLICAS**  
Preocupações com a saúde e um estilo de vida mais ativo foram as principais razões para a diminuição em Volume, em 2015, do consumo de bebidas alcoólicas. Os factores meteorológicos desfavoráveis e a não ocorrência de grandes eventos desportivos foram igualmente apontados como factores que contribuem para a redução do consumo. A cerveja, o vinho espumante e bebidas sem ou com pouco álcool beneficiaram desta conjuntura e aumentaram as suas vendas. Registou-se, também, um aumento de consumo nas bebidas espirituosas mas apenas em categorias *premium* ou *super premium* – aumentando consequentemente o consumo em Valor.

TABELA VENDAS DE BEBIDAS ALCOÓLICAS POR CATEGORIA:  
% TOTAL CRESCIMENTO VOLUME 2010-2015

% Crescimento Volume	2014/15	2010-15 CAGR	2010/15 Total
Cerveja	-2.0	-0.9	-4.6
Cidra	44.3	17.8	127.2
RTD (Ready to Drink - Prontas a beber)	5.1	13.8	91.2
Espirituosas	-0.7	-0.4	-2.0
Vinho	-0.2	-0.8	-4.0
Bebidas Alcoólicas	-1.5	-0.8	-3.9

TABELA VENDAS DE BEBIDAS ALCOÓLICAS POR CATEGORIA:  
% TOTAL CRESCIMENTO VALOR 2010-2015

% Crescimento Valor (Moeda local)	2014/2015	2010-15 CAGR	2010/15 TOTAL
Cerveja	10.0	13.1	85.0
Cidra	9.6	10.5	64.7
RTD (Ready to Drink - Prontas a beber)	22.0	11.1	69.3
Espirituosas	10.8	10.5	64.9
Vinho	7.6	7.5	43.8
Bebidas Alcoólicas	10.1	12.0	76.2

TABELA PREVISÕES VENDAS DE BEBIDAS ALCOÓLICAS POR CATEGORIA:  
% TOTAL CRESCIMENTO VOLUME 2015-2020

% Crescimento Volume	2015/16	2015-20 CAGR	2015/20 Total
Cerveja	-1.6	-1.5	-7.3
Cidra	24.5	14.5	96.8
RTD (Ready to Drink - Prontas a beber)	2.9	1.6	8.0
Espirituosas	-0.6	-0.8	-3.9
Vinho	-0.1	0.0	0.1
Bebidas Alcoólicas	-1.3	-1.2	-5.7

TABELA PREVISÕES VENDAS DE BEBIDAS ALCOÓLICAS POR CATEGORIA:  
% TOTAL CRESCIMENTO VALOR 2015-2020

% Crescimento Valor (Moeda local)	2015/2016	2015-20 CAGR	2015/20 TOTAL
Cerveja	-2.0	-1.9	-9.2
Cidra	23.2	13.5	88.0
RTD (Ready to Drink - Prontas a beber)	2.7	1.4	7.4
Espirituosas	0.8	0.2	1.0
Vinho	0.0	-0.1	-0.3
Bebidas Alcoólicas	-0.7	-0.8	-4.0

\*CAGR: Taxa de crescimento anual média  
Fonte: Euromonitor International (Abril, 2017)



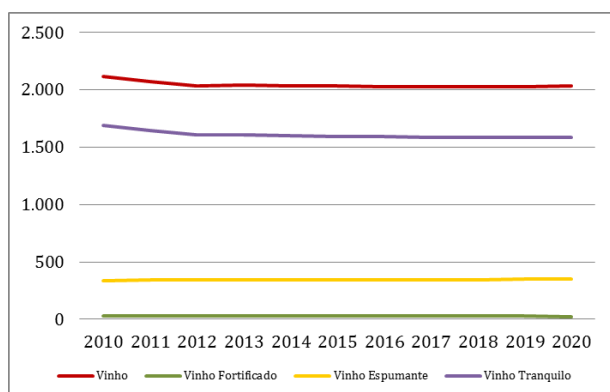
### PRODUTOS DE MARCA CONTINUAM A ENTRAR EM SUPERMERCADOS DISCOUNT NA ALEMANHA

Os supermercados *discount* têm-se tornado o maior canal de distribuição de bebidas alcoólicas na Alemanha devido aos preços muito competitivos que atraem os consumidores. Atualmente, vários supermercados *discount* estão a tentar alcançar maior quota de mercado ao vender produtos de marcas altamente reconhecidas.

### MERCADO DO VINHO NA ALEMANHA

- As vendas de vinho em Volume apresentam uma quebra pouco significativa em 2015 e as previsões para 2020 apontam para um ligeiro crescimento em Volume;
- No Vinho Tranquilo, o Vinho Branco e o Vinho Rosé aumentaram a sua quota de mercado. As vendas de Vinho Tinto diminuíram;
- O Champanhe apresenta, em 2015, o maior crescimento no mercado (5%);
- O preço médio apresentou uma subida, confirmando a tendência;
- As empresas de distribuição Aldi e Lidl dominam o mercado do vinho na Alemanha com uma quota de mercado combinada de 38%, em 2015.

GRAF. 1) MERCADO DO VINHO | VOLUME TOTAL VENDAS | CATEGORIAS | MILHÕES LITROS



Em **Volume**, as vendas de vinho na Alemanha atingiram em 2015 cerca de **2 030 milhões de litros**, registando uma quebra de 0,2% relativamente ao ano de 2014.

O **Vinho Tranquilo** é a categoria de vinho mais vendida na Alemanha alcançando, em 2015, os **1 596 milhões de litros**.

TABELA 1) % CRESCIMENTO DE VENDAS DE VINHO/ CATEGORIA/ VOLUME / 2010-15

Categorias	2010-15 %	2010-15 CAGR %	2010-15 Absoluto
Vinho	-4,00	-0,80	-84,70
Vinho Fortificado	-12,30	-2,60	-3,90
Vinho Espumante	2,00	0,40	6,60
Vinho Tranquilo	-5,70	-1,20	-96,80

\*CAGR: Taxa de crescimento anual média

De acordo com a tabela de crescimento das vendas na Alemanha (tabela 1) é possível verificar a **quebra em Volume** nas vendas de vinho de 2010 a 2015 de **-0,8%** (CAGR).

O **Vinho Espumante** foi a única categoria que apresentou resultados positivos, mas que mesmo assim não são muito significativos com um **aumento das vendas em Volume em cerca de 0,4%**. Todas as outras categorias apresentaram quebras nos resultados.

TABELA 2) % CRESCIMENTO DE VENDAS DE VINHO/ CATEGORIA/ VOLUME / 2015-20

Categorias	2015-20 %	2015-20 CAGR %	2010-15 Absoluto
Vinho	0,10	0,00	1,80
Vinho Fortificado	-7,90	-1,60	-2,20
Vinho Espumante	3,10	0,60	10,60
Vinho Tranquilo	-0,80	-0,20	-13,50

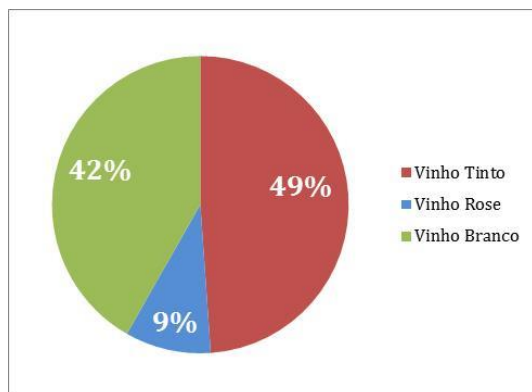
Fonte: Euromonitor International (Abril. 2017)

Até 2020, não se prevê, em Volume, um crescimento do mercado de vinho na Alemanha..

Estima-se que o Vinho Fortificado apresente a maior quebra (-1,6%), o Vinho Tranquilo diminua 0,2% e o Vinho Espumante aumente 0,6%.



GRAF. 2) MERCADO DO VINHO / VOLUME TOTAL VENDAS / % / 2015



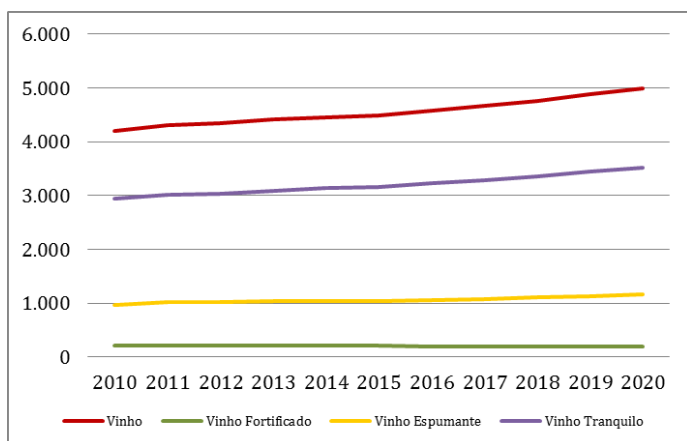
Em 2015 o **Vinho Tinto** foi a categoria de vinho tranquilo mais vendida na Alemanha em Volume (49% - 780 milhões de litros), seguida do Vinho Branco com 42% (666 milhões de litros) e o Rosé com 9% (149 milhões de litros).

As previsões para 2020 apontam para uma **quebra nas vendas em Volume de Vinho Tinto** (-1,2% CAGR). Todas as outras categorias apresentarão resultados positivos: Vinho Rosé aumentará 1,4% e o Branco 0,7%.

TABELA 3) % CRESCIMENTO DE VENDAS DE VINHO/ TIPO/ VOLUME / 2015-20

Categorias	2015-20 %	2015-20 CAGR %	2015-20 Absoluto
Vinho Tranquilo	-0,80	-0,20	-13,50
Vinho Tinto	-6,00	-1,20	-46,80
Vinho Rosé	7,00	1,40	10,50
Vinho Branco	3,40	0,70	22,90

GRAF. 3) MERCADO DO VINHO | VALOR MSP\* VENDAS | CATEGORIAS | MILHÕES EUROS



\*MSP: Preço venda do produtor

Em **Valor** as vendas de vinho na Alemanha atingiram em 2015 cerca de **4 490 milhões de euros**, que se traduziu num crescimento de cerca de 0,7% relativamente ao ano de 2014. A tendência das vendas em Valor, até 2020, será de crescimento na ordem dos 2,1%.

TABELA 4) % CRESCIMENTO DE VENDAS DE VINHO/ CATEGORIA / VALOR ME

Categorias	2015-20 %	2015-20 CAGR %	2015-20 Absoluto
Vinho	11,10	2,10	498,70
Vinho Fortificado	-1,20	-0,20	-2,50
Vinho Espumante	12,10	2,30	126,60
Vinho Tranquilo	11,30	2,20	355,80

\*CAGR: Taxa de crescimento anual média

TABELA 5) PREÇO UNITÁRIO / € / PREÇO VENDA RETALHISTA/ CATEGORIA

Categorias	2010	2011	2012	2013	2014	2015
<b>Vinho</b>	2,0	2,1	2,1	2,2	2,2	2,2
<b>Vinho Fortificado</b>	6,9	7,1	7,2	7,3	7,4	7,4
Porto	3,0	3,0	3,0	3,0	3,0	3,0
Sherry	8,2	8,5	8,8	9,0	9,0	9,0
Vermouth	7,0	7,1	7,3	7,4	7,5	7,5
Outros vinhos fortificados	5,1	5,3	5,3	5,2	5,4	5,5
<b>Vinho Espumante</b>	2,9	3,0	3,0	3,0	3,0	3,0
Champanhe	16,5	16,6	17,3	17,6	17,9	18,3
Outros vinhos espumantes	2,6	2,7	2,7	2,7	2,7	2,7
<b>Vinho Tranquilo</b>	1,7	1,8	1,9	1,9	2,0	2,0
Vinho Tinto	1,8	1,9	2,0	2,0	2,0	2,1
Vinho Rosé	1,7	1,8	1,8	1,9	1,9	1,9
Vinho Branco	1,7	1,8	1,8	1,9	1,9	1,9

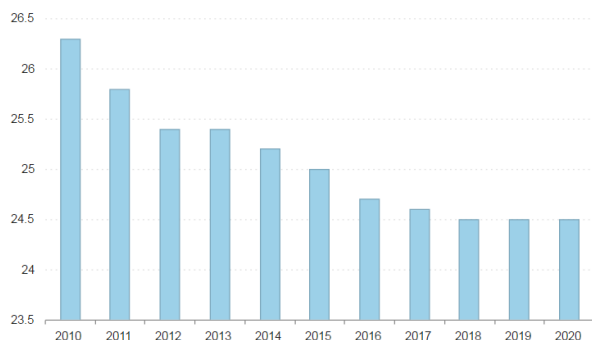
Fonte: Euromonitor International (Abril. 2017)





## CONSUMO PER CAPITA - VINHO NA ALEMANHA

GRAF. 4) CONSUMO PER CAPITA / LITROS

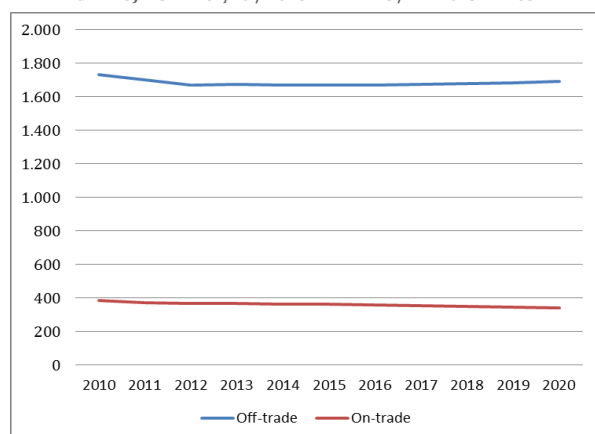


O consumo *per capita* de vinho tem vindo a **diminuir nos últimos anos**, mantendo-se em 2012 e 2013 para depois voltar a descer. Prevê-se que estabilize em 2018 em 24,5 litros.

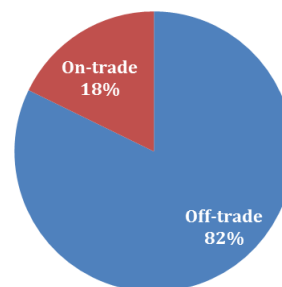
Em 2010 o consumo *per capita* de vinho era de cerca de 26,3 Litros e em 2015 o consumo era de 25 Litros, o que representou uma quebra de 5% no consumo *per capita* de vinho na Alemanha.

## DISTRIBUIÇÃO DE VINHO NA ALEMANHA

GRAF. 5) DISTRIBUIÇÃO / VOLUME VENDAS / MILHÕES LITROS



GRAF. 6) MERCADO VINHO / DISTRIBUIÇÃO / 2015 / %



Em 2015, 82% das vendas de vinho na Alemanha em Volume ocorreram nos canais de distribuição **Off-trade**.

Estima-se um crescimento de 0,3% em canais Off-Trade e a diminuição das vendas em canais On-Trade em cerca de 1% (valores CAGR).

Categorias	2015-20 %	2015-20 CAGR %	2015-20 Absoluto
Off-trade Volume	1,30	0,30	22,00
On-trade Volume	-5,60	-1,10	-20,20

TABELA 6) CANAIS OFF TRADE / % MERCADO / VOLUME / 2015

	2015
<b>LOJAS DE RETALHO</b>	<b>88,10</b>
Supermercados Discount	48,50
Lojas especializadas	3,00
Hipermercados	9,60
Pequenos retalhistas	8,00
Lojas Conveniência	4,70
Retalhistas	1,50
Grossistas independentes	2,50
Outros grossistas	8,50
Supermercados	11,80
<b>OUTRO RETALHO</b>	<b>12,90</b>
Compras a partir de casa	5,00
Vendas Online	3,20
Venda Direta	3,00

Relativamente aos vários canais de distribuição **off-trade**, são os Supermercados Discount que apresentam a maior percentagem de vendas na Alemanha (48,5%), seguindo-se os Supermercados (11,8%) e os Hipermercados (9,6%).

Na Alemanha o peso dos Supermercados Discount é bastante elevado e estes canais de distribuição estão cada vez mais a apostar na comercialização de vinho, pelo que a tendência será, em princípio de um aumento de vendas neste canal.

Fonte: Euromonitor International (Abril. 2017)



## MARCAS E EMPRESAS DE VINHO NA ALEMANHA

TABELA 7) % OCUPAÇÃO DAS MARCAS NO MERCADO / EMPRESA / VOLUME

Marca	Empresa	2015
Rotkäppchen	Rotkäppchen-Mumm Sektkellereier	4,90
Mumm	Rotkäppchen-Mumm Sektkellereier	1,10
Söhnlein Brilliant	Oetker-Gruppe	0,90
Domkellerstolz	Mertes KG Weinkellerei, Peter	0,80
Grand Sud	Grands Chais de France SA, Les	0,80
Freixenet	Freixenet SA	0,70
MM Extra	Rotkäppchen-Mumm Sektkellereier	0,70
Faber	Sektkellerei Schloss Wachenheim	0,70
Höhl	Rapp's Kelterei GmbH	0,50
Gallo	E&J Gallo Winery Inc	0,50
Outras	Outras	88,4

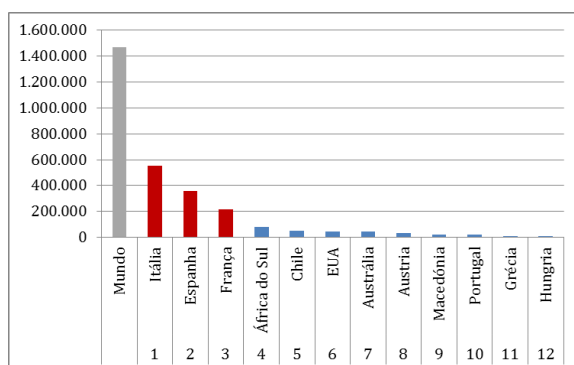
TABELA 8) % OCUPAÇÃO NO MERCADO / EMPRESAS / VOLUME

Empresa	2015
Rotkäppchen-Mumm Sektkellereier	7,20
Oetker-Gruppe	2,70
Sektkellerei Schloss Wachenheim	2,20
Grands Chais de France SA, Les	1,60
Freixenet SA	1,10
Mertes KG Weinkellerei, Peter	0,90
Privatkellerei Franz Wilhelm Langg	0,90
Binderer St Ursula Weinkellerei Gr	0,60
Rapp's Kelterei GmbH	0,50
E&J Gallo Winery Inc	0,50

Fonte: Euromonitor International (Abril, 2017)

## IMPORTAÇÕES DE VINHO NA ALEMANHA

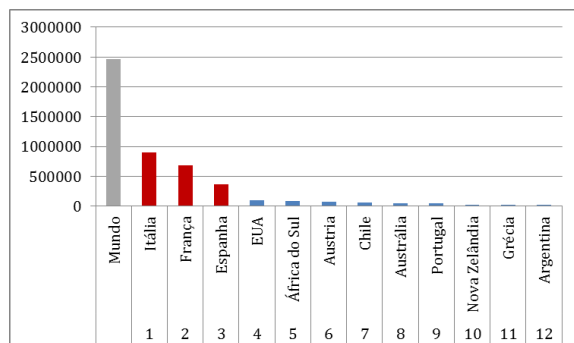
GRAF. 7) RANKING EXPORTADORES / VALOR 1000 LITROS / 2016



As importações de vinho pela Alemanha em 2016 atingiram **1.469 Milhões de Litros** e **2.469,8 Milhões de Euros**.

Em **Volume** a **Itália, Espanha e França** são os maiores fornecedores de vinho da Alemanha e representam **77%** das importações totais do país.

GRAF. 8) RANKING EXPORTADORES / VALOR 1000€ /2016



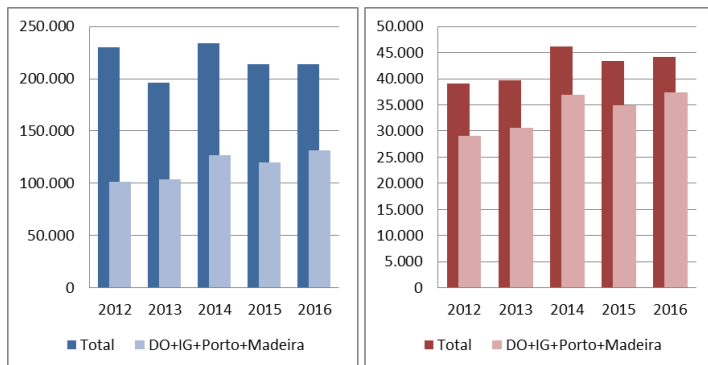
Em **Valor** os 3 países do “ranking” de exportadores são: a **Itália, França e Espanha** que juntos representam **79%** das importações totais realizadas pela Alemanha.

Fonte: ITC, COMTRADE (Abril, 2017)



## EXPORTAÇÕES DE VINHO DE PORTUGAL PARA A ALEMANHA

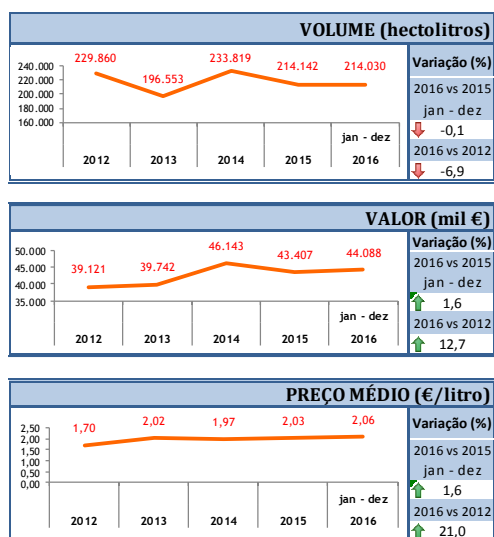
GRAF. 9) EVOLUÇÃO EXPORTAÇÕES VOLUME, HL | GRAF. 10) VALOR, MIL €



As **exportações de Portugal** para a Alemanha, de acordo com os dados INE, atingiram em 2016, **214 030 Hectolitros** (21,4 Milhões de Litros) e cerca de **44,1 Milhões de Euros**.

Em 2016 registou-se, em Valor, uma ligeira recuperação das exportações de Portugal para a Alemanha, e uma diminuição, pouco significativa, em Volume.

GRAF. 10) EVOLUÇÃO EXPORTAÇÕES VOLUME / VALOR / PREÇO MÉDIO

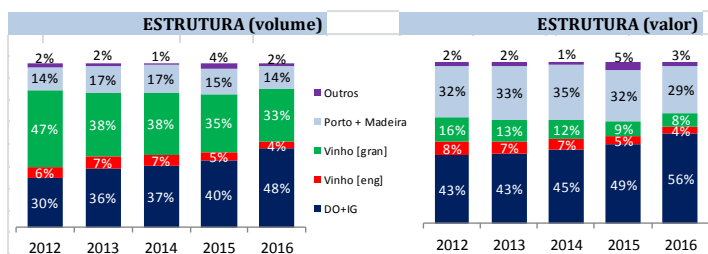


Como referido anteriormente as **exportações em Volume de Portugal para a Alemanha** em 2016 assistiram a uma ligeira diminuição em relação a 2015 (-0,1%). Entre 2012 e 2016 essa diminuição é mais notória com uma quebra de -6,9% mesmo após bons resultados tanto em 2012 como em 2014.

Em 2016, as exportações de Portugal, em Valor, apresentaram, face a 2015, um crescimento de 1,6%. O cenário entre 2012 e 2016 foi de crescimento, com um aumento nas exportações na ordem dos 13%. 2014 foi, também em Valor, um bom ano para as exportações de vinhos portugueses na Alemanha.

O **preço médio tem vindo a aumentar**. Em 2016 o preço médio atingiu os 2,06€/l (+1,6% que em 2015) sendo que entre 2012 a 2016 aumentou cerca de 21%.

GRAF. 11) ESTRUTURA VINHOS EXPORTADOS / CATEGORIA



Em termos de estrutura e peso de cada uma das categorias de vinhos exportados para a Alemanha, tanto em Volume como em Valor, é o **Vinho DO + IG** a categoria que apresenta uma maior percentagem das exportações.

Em Volume o Vinho a granel apresenta um grande peso na estrutura, no entanto, não apresenta a mesma correspondência em Valor.

Em Valor, o destaque, para além do Vinho Do + IG, vai para o peso que o Vinho do Porto + Madeira apresentam na estrutura.

Fonte: IVV, baseado em dados INE (Dez, 2016)

Fontes utilizadas: Euromonitor Internacional (Abril, 2017); IVV, baseado em dados INE (Dez, 2016); ITC, COMTRADE (Abril, 2017)